

ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI KENTUCKY FRIEND CHICKEN MALANG

Pembimbing

Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S., Ag., M.Si

Oleh

SITI ZAHROTUR ROSYIDA

ABSTRAK

Kentucky Friend Chicken merupakan PT. Fastfood Indonesia yang tidak lepas dari persaingan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menurut KFC akan dapat diperkecil dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha memenuhi apa yang konsumen harapkan dengan cara memuaskan konsumen lebih dari para pesaingnya. Kinerja karyawan tidak lepas dari kinerja restoran karena baik tidaknya tergantung upaya restoran dalam meningkatkan kinerja karyawan. Dapat dijelaskan bahwa untuk memelihara karyawan agar dapat bertahan loyal terhadap perusahaan perlu melakukan komunikasi yang efektif dan motivasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan, serta pengaruh dominan komunikasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatory yaitu menguji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas komunikasi dan motivasi terhadap variabel kinerja karyawan sebagai variabel terikatnya dengan jumlah populasi 52 dan menggunakan teknik pengambilan sampel sampling jenuh yang berjumlah 52 sampel.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan Uji statistik yaitu uji F dan uji t. Data diperoleh melalui kuisisioner yang dinyatakan kepada

51 orang karyawan. Dari hasil analisis didapat hasil nilai $F_{hitung} 22,932 > F_{tabel} 3,19$, membuktikan bahwa variabel bebas (X) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Dengan nilai Adjuster R Square sebesar 0,467. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel komunikasi (X_1) dengan $t_{hitung} 3,899 > t_{tabel} 2,01$ dan nilai $p 0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien yang paling tinggi 0,554 (55,4%) mempunyai pengaruh dominan dibandingkan dengan variabel lain untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Kentucky Fried Chicken is PT. Fastfood Indonesi which be separated from competitions. By the increasing of intensity of competition and quality of competitor, KFC said that it can be minimized by always looking at consumers needs and necessity getting active to supply what the consumers hope, and also satisfying them what gettet than other competitors wish. The employee's achievements also depend on restaurant's achievements. And to keep the employees loyalty, the company must apply good communication affectively and give them such motivation.

The purpose of this research is to know the significant effect partially and simultaneously, and to know the dominant influence of the communication and employee motivation to work. This research uses explanatory research by examining hypothesis that there is a significant effect between the independent variabels of communication and motivation on employee performance variables as the dependent variabel with 52 populations by using saturated sampling for 52 samples.

The analysis instrument used is multiple regression analysis and statistic test, that is F test and t test. The data were gotten from quastionnaire addressed to 51 employees. The result of the research shows the value of $F_{count} 22.932 > F_{table} 3.19$, the it provesthat independent variable (X) influences simultaneously and significantly on the dependent variable (Y). With the value of adjusted R Square of 0.467. While the result of t test shows that the communication variabels (X_1) with t count $3.899 > t_{tabel} 2.01$ and p value $0,000 < 0.05$ and the highestvalue of coefficient is 0.554 (55.4%) has a dominant influence other than that of variabels for incresing employee performance.

Kentucky Friend Chicken هي احدى من مركز اكالات السريعة في اندونيسيا.

في اشددة الانيابة المعاملة . نية لإنيابة ستكون قليلة باهتمام عن احتياج المشتريين .

والغرض بهذا البحث العلمى يعنى: لإفهام عن تأثير المغزى . وطريقة البحث العلمى يعنى تجربة
عن النظرية التخمينية أن فيها تأثير على المغزى بين متغير حر المواصلات و شجاعة على متغير أفعالية
ظفين كمتغير متعلقة بها 52 52

الوسيلة للبحث الذى يستخدم فيها يعنى البحث لإرتداد وتجربة الإحصاء.

ئلة خاصة إلى واحد وخمسين موظفين. الحصيل بهذا البحث يعنى $F_{hitung} 22,932 > F_{tabel}$

3,19, تبهن أن متغير الحر (x) تؤثر مغزيا على متغير المتعلق (Y) R 467,0

$t_{hitung} 3,899 > t_{tabel} 2,01$ p تدل أن متغير المواصلات (X_1)

متغير اخر إرتفاع 0,554 (55,4%) $0,000 < 0,05$

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan jika ingin berkembang harus mengelola sumberdaya yang dimilikinya, termasuk sumberdaya manusia. Karena sumberdaya manusia merupakan aset utama yang dimiliki oleh perusahaan dan aset manusia itulah yang memiliki pengaruh besar dalam pengembangan perusahaan. Kekuatan perusahaan terletak pada manusianya, bukan pada sistemnya, teknologinya, prosedurnya atau sumberdananya. Seperti yang diketahui selama ini, perusahaan lebih banyak menghadapi masalah-masalah yang berhubungan dengan sumber daya manusia apabila dibandingkan dengan sumber daya ekonomi lainnya, karena dalam mengelola sumber daya manusia tidak bisa disamakan dengan mesin, material dan dana yang sifatnya hanya masalah teknis saja.

Untuk menggerakannya manusia harus berinteraksi dengan manusia yang lainnya sehingga terbentuk kerjasama. Dan untuk membentuk kerjasama yang baik, perlu adanya komunikasi yang baik antara unsur-unsur yang ada didalam perusahaan. Komunikasi yang akan menimbulkan saling pengertian dan kenyamanan dalam bekerja. seberapa besar fungsi komunikasi berperan dalam perusahaan sering diabaikan. Hal semacam ini yang sering terjadi didalam pengembangan perusahaan modern yaitu tentang terjadinya *missunderstanding* (kesalahan persepsi) dalam komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan dalam organisasi. Komunikasi dapat mengalir secara vertikal atau horizontal, dimana dimensi vertikal merupakan komunikasi ke arah bawah dan ke atas (Robbin, 1996:394). Dimana komunikasi vertikal adalah komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam kelompok atau organisasi ke tingkat yang lebih bawah, pola ini merupakan pola yang sering kali kita bayangkan dimana seorang pemimpin atau manajer menggunakannya untuk menetapkan sasaran, dimana seorang pemimpin selalu memberikan intruksi pekerjaan, menginformasikan kebijakan dan prosedur ke bawahan, menunjukkan masalah yang membutuhkan penyelesaian, dan mengemukakan umpan balik tentang kinerja. Sedangkan komunikasi ke atas biasanya mengalir ke tingkat yang lebih tinggi dalam kelompok atau organisasi. Komunikasi ini digunakan untuk memberikan umpan balik ke atasan, menginformasikan mereka mengenai kemajuan ke sasaran dan menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi. Selanjutnya, komunikasi horizontal yaitu komunikasi yang terjadi diantara anggota kelompok kerja yang sama,

diantara anggota kelompok kerja pada tingkat yang sama, di antara manajer pada tingkat yang sama, atau di antara setiap personal yang secara *horizontal ekuivalen*.

Dalam pengembangan perusahaan selain komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan serta antar karyawan, memberi motivasi kepada karyawan juga penting. Sebab motivasi merupakan bagian sumber daya manusia dalam rangka pembinaan, pengembangan dan pengarahan tenaga kerja dalam suatu organisasi. Sumber dari motivasi kerja yang merupakan salah satu faktor penentu dalam pemberian pelayanan oleh seorang pegawai, diantaranya adalah adanya perasaan bangga menjadi bagian dari organisasi dimana mereka bekerja.

PT Fastfood Indonesia Tbk, pemegang hak waralaba tunggal untuk brand KFC di Indonesia, didirikan oleh Keluarga Gelael pada 1978, dan pada 1979 mendapatkan akuisisi hak waralaba dengan pembukaan gerai pertama pada bulan Oktober di Jalan Melawai di Jakarta. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain: Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado. Sukses membangun brand ini menjadikan KFC bisnis waralaba cepat saji yang terkenal dan dominan di Indonesia.

Bergabungnya Salim Group pada 1990 sebagai salah satu pemegang saham utama semakin mendorong inisiatif ekspansi bisnis Perseroan, dan pada 1993, Perseroan terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia), satu langkah untuk meningkatkan pertumbuhannya. Kepemilikan saham mayoritas 80% pada saat ini terdistribusi 43,84% kepada PT Gelael Pratama dari Gelael Group dan 35,84% kepada PT Megah Eraraharja dari Salim Group; sementara saham minoritas (20%) terbagi kepada Masyarakat dan Koperasi Karyawan.

Perseroan mendapatkan ijin memakai brand KFC dari franchisor, Yum! Restaurants International (YRI), sebuah badan usaha dari Yum! Brands Inc., perusahaan publik di Amerika Serikat dan pemilik waralaba dari empat brand ternama lainnya, yaitu: Pizza Hut, Taco Bell, A&W, dan Long John Silvers. Lima brand di bawah satu kepemilikan ini telah memproklamkan Yum! Group sebagai jaringan restoran cepat

saji terbesar dan terbaik di dunia dalam memberikan variasi pilihan restoran ternama. Untuk kategori ayam goreng cepat saji, KFC tidak terkalahkan.

Saat ini ekspansi restoran yang dilakukan oleh pihak KFC telah menjangkau kota Malang yang menjadi tempat penelitian peneliti yang telah didirikan pada tanggal 01 Juni 2002 yang dipimpin oleh bapak Warsito sebagai Restoran Managernya.

Gambaran komunikasi yang ada di KFC (Kentucky Friend Chicken) yaitu melalui tahap 2 prosedur yaitu *Pra Shift Mitting* dan *Ranning Operation*. Dimana *Pra Shift Mitting* itu dilakukan selama 3-5 menit sebelum pergantian *Shift* dan semua informasi yang telah dilakukan selama menjalankan *Shift* dibahas baik kejadian-kejadian yang ada pada waktu itu ataupun kesulitan-kesulitan yang dialami oleh karyawan. Yang kedua yaitu *Ranning Operation*, komponen *ranning operation* terdiri dari *controlling, show & thal, review* dan intruksi. Jika dilihat dari uraian diatas terlihat bahwa komunikasi yang ada di KFC yaitu tidak hanya dari atas ke bawah melainkan dari bawah ke atas juga, terbukti bahwa tidak hanya manajer selalu memberi tugas tetapi karyawan juga dapat menyampaikan aspirasinya kepada manajer. Pemberian motivasi di KFC cenderung lebih kepada pengakuan personal dalam perusahaan dan dalam bentuk *financial*. Pengakuan personal diberikan kepada karyawan secara individu maupun kelompok yang dapat bekerja diluar kebiasaan dan motivasi berupa *financial* disini diberikan kepada karyawan yang mendapatkan nilai CMS 100 akan mendapatkan nominal uang yang telah ditentukan oleh pihak manajer Menurut Restoran Manager KFC bahwa kinerja karyawan KFC memiliki nilai 85 ada juga seagian karyawan yang sudah mendapatkan nilai 90, namun menurut beliau karyawan yang ada di KFC masih memerlukan pelatihan dari perusahaan untuk mendapatkan kinerja yang lebih bagus lagi. (Hasil wawancara dengan Bapak Warsito selaku manajer KFC pada tanggal 17 November 2011).

Kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh pelatihan dan pengembangan karir, motivasi, komunikasi dalam organisasi, kompensasi, analisis jabatan, tingkat pendidikan, keselamatan kerja dan masih ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja seorang karyawan yang mungkin peneliti tidak mengetahui. Namun untuk meneliti kinerja karyawan yang ada di KFC peneliti hanya mengambil faktor komunikasi dan motivasi karena dengan komunikasi antara karyawan dan

pimpinan secara tidak langsung dalam komunikasi tersebut seorang pemimpin pasti menyelipkan kata-kata yang dapat menggairahkan motivasi karyawannya dan dengan adanya motivasi tersebut diharapkan kinerja karyawan dapat meningkat dengan bagus.

TUJUAN PENELITIAN

Dalam setiap penelitian ilmiah, tujuan merupakan suatu bagian yang sangat penting. Sebab tujuan dapat berkaitan dengan masalah pokok yang akan dicapai, serta diwujudkan melalui hasil suatu penelitian yang ilmiah sekaligus sistematis tersebut. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, sebagaimana rumusan masalah diatas sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh komunikasi dan motivasi secara parsial terhadap kinerja karyawan di KFC.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh komunikasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja karyawan di KFC.
3. Untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh secara dominan.

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatory (*explanatory research*) adalah untuk menguji hipotesis yang menyatakan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Data yang dipakai yakni data primer (kuisisioner) dan data sekunder (wawancara). Pada penelitian ini yang menjadi obyek adalah karyawan KFC Malang yang berjumlah 51 karyawan. Untuk menentukan sampel Arikunto (1998:107), untuk sekedar batasan maka apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya. selanjutnya jika jumlah obyeknya besar (lebih dari 100) dapat diambil 20-25% atau lebih. Sesuai dengan kekuatan penelitian dilihat dari waktu, tenaga serta biaya yang tersedi, populasi dalam penelitian yang akan dilakukan berjumlah 51. Uji instrumen dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas sedangkan metode analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

HASIL PEMBAHASAN

- ✓ Uji validitas dan reabilitas

Dari hasil uji validitas dan reabilitas yang telah dibahas dalam bab iv dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

keseluruhan data valid/berpengaruh dan dapat dipakai dalam penelitian. Begitu juga data uji reabilitas yang menunjukkan bahwa semua nilai koefisien alpha > 0,60.

✓ Uji regresi linier berganda

Dari perhitungan regresi dapat dilihat bahwa nilai *R square* sebesar 0,489 ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas X1 dan X2 yakni komunikasi dan motivasi sebesar 48,9 sedangkan sisanya dijeaskan oleh variabel lain.

Pengujian hipotesis

✓ Uji F

Untuk mencari F_{tabel} dapat dilihat dari output SPSS pada nilai Anova df atau rumusan $k-1=3-1=2$ dan $n-k= 49$ dengan taraf nyata 5%. Maka akan ditemukan nilai F_{tabel} dengan derajat pembilang 2 dan derajat penyebut 49 adalah sebesar 3,19.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, ini berarti terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y. Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa secara simultan variabel komunikasi (x_1) dan variabel motivasi (x_2) berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kedua variabel bebas maka akan semakin tinggi kinerja karyawan.

✓ Uji t

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan pada tabel 4.10, dapat dilihat bahwa t_{hitung} dari setiap variabel X1 dan X2, dengan nilai $p = 0,05$, apakah berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai Y (variabel terikat) dengan membandingkan t_{tabel} dengan nilai $N =$ jumlah sampel 51 dengan $\alpha = 0,05$ didapat t_{tabel} sebesar 2,02, maka diperoleh: $t_{hitung} X1 = 3,899 > t_{tabel} 2,02$ dan nilai $p = 0,000$ (lebih kecil) $0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi terhadap kinerja karyawan diterima dan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi dan terhadap kinerja karyawan ditolak, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel komunikasi X1 dan Y. $t_{hitung} X2 = 1,349 < t_{tabel} 2,02$ dan nilai $p = 0,184 > 0,05$, maka H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan ditolak dan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan diterima, itu artinya tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel motivasi X2 dan Y.

Melalui komunikasi seorang pemimpin dapat menciptakan hubungan yang baik pada karyawannya, serta pemimpin harus memakai bahasa yang mudah dipahami oleh para karyawan. Dengan begitu pesan-pesan yang terkandung dalam komunikasi dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh seorang pemimpin. Sebagaimana Allah telah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ibrahim ayat 4:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلَّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ
وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴿٤﴾

Artinya: *Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dia-lah Tuhan Yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.*

variabel motivasi yang menggunkan teori kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow ternyata tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kinerja karyawan KFC Malang, karena Islam telah menjelaskan bahwa dalam melakukan pekerjaan apapun harus kita niatkan karena Allah semata bukan karena orang lain, fasilitas, pujian, imbalan dunia dan karena yang lainnya.

Didalam artikel yang ditulis oleh Moh. Safrudin, M.PdI (Staf Pengajar MAN 1 Kendari dan Dosen STIK Avicenna), beliau menjelaskan bahwa pekerjaan apa saja yang dilakukan dengan lillahi taála, harus dijalannya dengan cara yang terbaik. Bukan bekerja karena orang lain, jabatan, gaji, fasilitas dan pujian. Umat Islam tatkala melakukan sesuatu harus memulai dengan mengucap basmallah, dan diniati dengan ikhlas, yaitu dilakukan hanya untuk Allah. Kalimat basmallah diucapkan untuk mengingatkan bahwa apa yang akan dilakukan adalah dipersembahkan pada Dzat Yang Maha Pengasih dan Penyayang, Dzat Yang Mulia, maka seharusnya dilakukan dengan cara terbaik. Sebaliknya, manakala motivasi kerja itu hanya didasari oleh upah, fasilitas, reward yang belum tentu banyak jumlahnya, bisa jadi dikerjakan dengan cara apa adanya, disesuaikan dengan upah dan fasilitas itu. Didalam Al-Quran telah dijelaskan pada surat Az-Zumar ayat 55:

وَاتَّبِعُوا أَحْسَنَ مَا أُنزِلَ إِلَيْكُمْ مِنْ رَبِّكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمُ الْعَذَابُ
بَغْتَةً وَأَنْتُمْ لَا تَشْعُرُونَ ﴿٥٥﴾

Artunya: Dan ikutilah sebaik-baik apa yang telah diturunkan kepadamu dari Tuhanmu sebelum datang azab kepadamu dengan tiba-tiba, sedang kamu tidak menyadarinya.

SARAN

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran untuk menjadi pertimbangan manajer KFC Malang dalam rangka kemajuan restoran dan juga saran untuk peneliti selanjutnya.

1. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya terlebih kinerja karyawan dengan lebih sempurna lagi.

2. Bagi pihak Restoran KFC Malang

- a. Bahwa sebaiknya pimpinan lebih terbuka pada karyawan khususnya mengenai komunikasi agar karyawan juga merasa lebih dibutuhkan dan lebih bisa memecahkan permasala yang sedang dihadapi.
- b. Perlu diperhatikan oleh pihak restoran dari hasil penelitian ini, variabel komunikasi memiliki pengaruh yang dominan, yang mampu meningkatkan kinerja karyawan perlu diterapkan, namun tidak menutup kemungkinan terdapat variabel lain yang memiliki pengaruh yang sama.